

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Dinar Prasetya Nugraha, Wahyu Meiranto

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility on the company's performance and its implications for the value of the company. Intervening variable using the company's performance in the ROA and ROE proxy.

The population in this study are listed companies in Indonesia Stock Exchange 2010-2013. Sampling was done by purposive sampling technique. Data analysis techniques performed by regression analysis and path analysis.

Based on the analysis conducted found that the results of the Corporate Social Responsibility positive effect on ROE but had no effect on ROA. Corporate social responsibility has positive effect on firm value. Financial Performance are proxied by ROE can mediate relations between Corporate social responsibility with the company's financial performance but are proxied by ROA can not mediate relations between Corporate social responsibility with corporate values

Keyword : *Corporate Social Responsibility, ROA, ROE, Financial Performance, Firm Value*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) digunakan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Guthrie dan Mathews, 1985 dalam Sembiring, 2005). *Global Compact Initiative* (2002) menyebutkan bahwa pemahaman CSR ini dapat dijalankan melalui 3 pilar penting, yaitu *profit, people, planet* (3P). Konsep ini berisikan sebuah pemahaman bahwa tujuan bisnis tidak hanya sekedar untuk memperoleh keuntungan atau mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), dan menjamin kelangsungan hidup planet (Nugroho, 2007).

Tiap-tiap perusahaan sudah melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan di dalam laporan tahunan namun sifatnya masih sukarela. Hal ini dikarenakan oleh adanya pertimbangan perusahaan terhadap biaya yang dikeluarkan untuk menerapkan CSR dan manfaat yang nantinya dihasilkan setelah melakukan pengungkapan informasi sosial. Jika manfaat yang diperoleh lebih besar dari biaya yang dikeluarkan untuk pengungkapan sosial perusahaan maka dengan sukarela perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial perusahaan (Nugroho, 2007).

Adanya pertimbangan perusahaan terhadap biaya yang dikeluarkan untuk menerapkan CSR mengindikasikan bahwa perusahaan masih lebih mengedepankan sisi keuangan dibandingkan sisi non keuangan. CSR yang paling umum dilakukan adalah pemberian bantuan berupa sumbangan dan dilakukan hanya sekedar untuk berbuat baik demi terlihat baik di mata masyarakat (*do good and to look good*).

Dewasa ini dalam menghadapi dampak globalisasi, kemajuan informasi teknologi, dan keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius dan terbuka memperhatikan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Edwin dan Nurdiono, 2007). Dengan menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Sayekti dan Wondabio, 2007).

Pentingnya penerapan CSR dilakukan demi memenuhi kebutuhan para *stakeholder*. Sehubungan dengan laporan tahunan, laporan tersebut dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana kinerja perusahaan dalam satu periode tertentu. CSR juga erat kaitannya dengan nilai perusahaan di mana apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik maka akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham begitu pula sebaliknya (Almilia dan Wijayanto, 2007). Sehingga dapat dikatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja lingkungan dan nilai perusahaan.

Perusahaan yang memiliki pengungkapan laporan keuangan yang baik dan laporan informasi yang luas dalam hal ini tercermin dalam laporan *Corporate Social Responsibility* tentang perusahaan, hal ini akan menimbulkan kepercayaan stakeholder dan shareholder kepada perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan dengan diterimanya produk-produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Semakin baik kinerja keuangan perusahaan maka nilai perusahaan tersebut juga akan semakin meningkat. Penerapan *corporate social responsibility* dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggungjawab sosial (kegiatan CSR) sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan (Zuhroh dan Sukmawati, 2003).

Nilai perusahaan sangat erat kaitannya dengan kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai yang tinggi tidak lepas dari kinerja keuangan perusahaan. Begitu pula perusahaan yang menerapkan CSR dimana CSR yang sudah menjadi suatu kewajiban dalam Undang-undang akan mendorong peningkatan pada kinerja keuangan perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Landasan Teori

Isi dari landasan teori penelitian ini adalah sebagai berikut:

Legitimacy Theory (Teori Legitimasi)

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat ditempat dia berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. Organisasi mungkin menghadapi ancaman terhadap legitimasinya. Menurut Deegan (2004), teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan dimana perusahaan berada, dimana mereka berusaha memastikan bahwa aktifitas mereka (perusahaan) diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang “sah”.

Teori legitimasi juga menjelaskan bahwa praktik pengungkapan tanggung jawab perusahaan harus sedemikian rupa agar aktivitas dan kinerja perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa guna melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan.

Agency Theory (Teori Keagenan)

Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut (Jensen dan Meckling, 1976). Sedangkan Hendriksen dan Michael (2000) menyatakan agen menutup kontrak untuk melakukan tugas-tugas tertentu bagi prinsipal dan prinsipal menutup kontrak untuk memberi imbalan kepada agen. Analoginya seperti pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan.

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemilik perusahaan sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan. Karena perbedaan kepentingan ini, masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri. *Agency theory* memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai agen bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri (*self-interest*) bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham. (dikutip dari Ramadhani, 2012)

Corporate Social Responsibility

Perusahaan memiliki kewajiban sosial atas apa yang terjadi disekitar lingkungan masyarakat. Selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber daya lain yang berasal dari masyarakat (konsumen) sehingga hal yang wajar jika masyarakat mempunyai harapan tertentu terhadap perusahaan.

Pelaksanaan corporate social responsibility merupakan hal yang sangat penting karena berkaitan dengan pembentukan citra positif perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya melihat corporate social responsibility bukan sebagai pusat biaya (*cost center*) melainkan sebagai pusat laba (*profit center*) di masa mendatang. Menurut Suharto (2008) CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan.

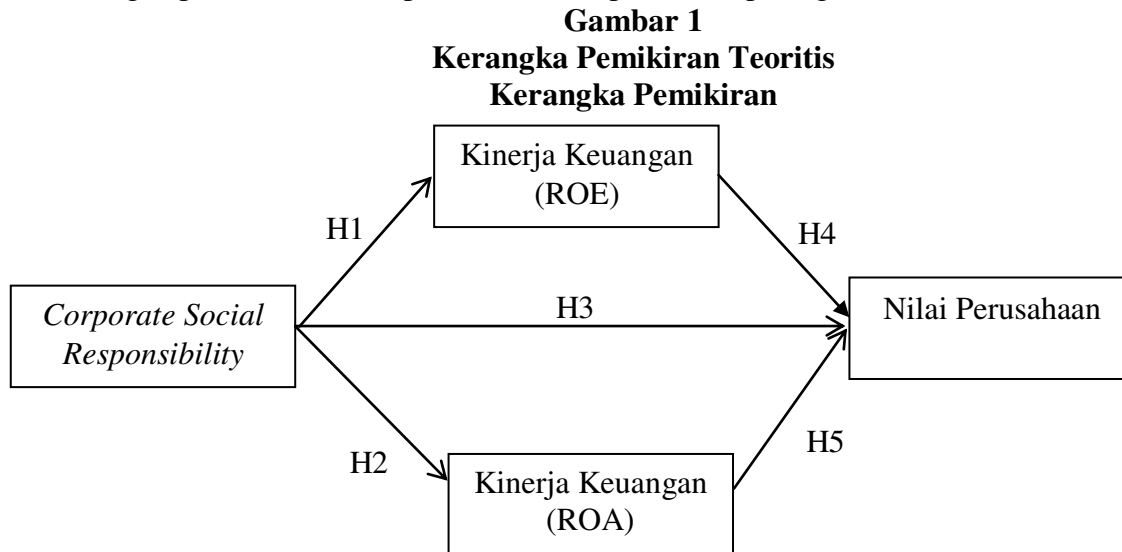
Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure

Corporate Social Responsibility adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (Gray et. Al., 1987 dalam Rosmastia, 2007). Pengungkapan terhadap aspek *social*, *ethical*, *enviromental* dan *sustainability* merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk menyampaikan bentuk akuntabilitasnya kepada *stakeholders*.

Dengan laporan pertanggungjawaban sosial, masyarakat akan mengetahui aktivitas-aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hal ini penting mengingat masyarakat merupakan salah satu pihak yang merasakan dampak dari aktivitas perusahaan, terutama dampak negatif yang mungkin timbul akibat aktivitas perusahaan. Dengan melakukan praktik dan pengungkapan CSR, perusahaan akan mendapatkan manfaat antara lain : peningkatan penjualan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor dan analisis keuangan (csrnetwork.org, 2006 dalam Said et.al., 2009)

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:



Hipotesis

Berdasarkan gambar kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROE)
H2: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROA)
H3: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
H4: Kinerja Keuangan (ROE) dapat memediasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.
H5: Kinerja Keuangan (ROA) dapat memediasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variable dependen, variabel independen, dan variabel intervening.

Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen dalam penelitian ini, yaitu: ***Corporate Social Responsibility***. Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*).

Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan variabel *dependent* yang dapat diukur dengan menggunakan rumus Tobin's Q.

Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variable dependen. Variabel

intervening dalam penelitian ini yaitu kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROA dan ROE.

Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010–2013. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu tipe pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang dapat diukur dengan skala numerik. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data Laporan keuangan dan *Annual Report* perusahaan non keuangan tahun 2010–2013 dari website www.idx.co.id.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi. Analisis regresi digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini analisis regresi dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*), yang pertama analisis regresi langsung (untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap profitabilitas) dan yang kedua adalah analisis regresi dengan variabel intervening yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan diintervening kinerja keuangan. Adapun model matematis analisis regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Model I :

$$Y_1 = \beta_1 X + e_1$$

Model II :

$$Y_2 = \beta_{21} + e_2$$

Model III :

$$Z = \beta_3 X + \beta_4 Y_1 + \beta_5 Y_2 + e_3$$

Keterangan :

Y_1 dan Y_2 : *Return On Asset* dan *Return On Equity*

Z : Nilai Perusahaan

β : Koefisien Regresi

X : *Corporate Social Responsibility*

e_{1-3} : Standardized Error (Residu)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi

Analisis regresi sederhana dan berganda digunakan untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 1
Hasil Rekapitulasi Uji t

Variabel	Koefisien standar (beta)	t-test	Sig.	Keterangan
CSR → ROE	0,171	2,677	0,008	Diterima
CSR → ROA	0,112	1,732	0,085	Ditolak
CSR → TOBINS'Q	0,184	4,419	0,000	Diterima
ROE → TOBINS'Q	1,400	17,459	0,000	Diterima
ROA → TOBINS'Q	-1,305	-16,412	0,000	Diterima

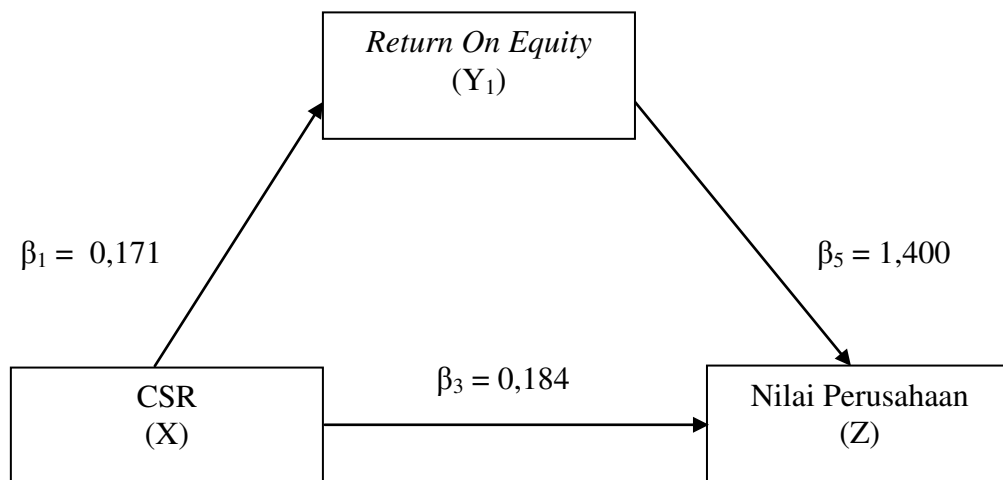
Sumber: Data sekunder yang diolah, 2014

Analisis Intervening

Analisis *intervening* merupakan menganalisis variabel antara yang berfungsi memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk menguji pengaruh variabel mediasi (*intervening*) digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan analisis regresi yang digunakan untuk menaksir hubungan kasualitas antar variabel (*model causal*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

1. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan mediasi kinerja keuangan perusahaan (ROE)

Pengujian mediasi dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



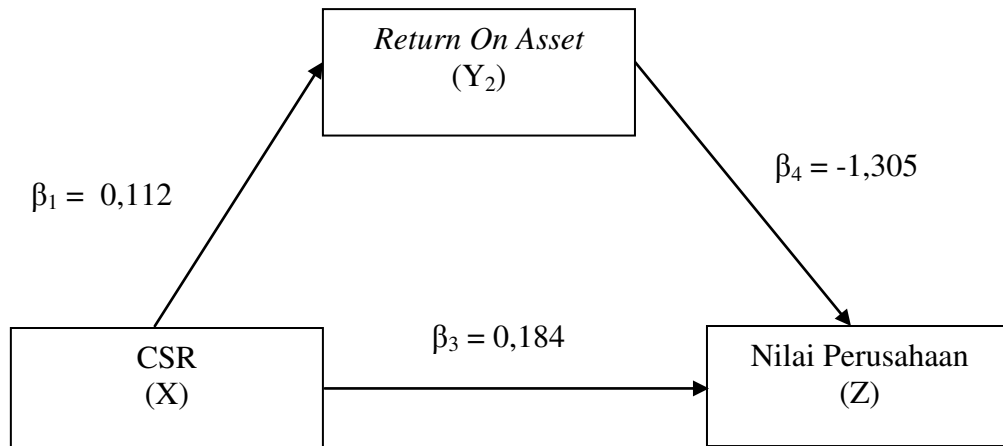
Gambar 2
Path Analysis Variabel CSR terhadap Nilai Perusahaan
dengan Mediasi Kinerja Keuangan (ROE)

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2014

Berdasar data pada Gambar 2 dapat dilakukan perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung CSR terhadap nilai perusahaan. Pengaruh langsung CSR ke Nilai Perusahaan adalah 0,184, dan pengaruh tidak langsung CSR ke ROE ke Nilai Perusahaan adalah $0,171 \times (1.400) = 0,239$. Dari perhitungan diatas terdapat nilai beta pengaruh tidak langsung ($\beta_1 \times \beta_5 = 0,239$) lebih besar dari nilai beta pengaruh langsung ($\beta_3 = 0,184$). Hal ini berarti ROE dapat memediasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan mediasi kinerja keuangan perusahaan (ROA)

Pengujian mediasi dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3
Path Analysis Variabel CSR terhadap Nilai Perusahaan
dengan Mediasi Kinerja Keuangan (ROA)

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2014

Berdasar data pada Gambar 3 dapat dilakukan perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh langsung CSR ke Nilai Perusahaan adalah 0,184, dan pengaruh tidak langsung CSR ke ROA ke Nilai Perusahaan adalah $0,112 \times (-1,305) = -1,293$. Dari perhitungan diatas terdapat nilai beta pengaruh tidak langsung ($\beta_1 \times \beta_4 = -1,293$) lebih kecil dari nilai beta pengaruh langsung ($\beta_3 = 0,184$). Hal ini berarti ROA tidak memediasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

Hipotesis pertama penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROE). Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan dalam tabel 4.25, diperoleh koefisien regresi untuk variabel CSR sebesar 0.171 dan nilai t hitung sebesar 2,677 dengan signifikansi sebesar 0,008 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0.05 atau p-value $0,000 < 0.05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity*. Dengan demikian H1 diterima.

2. Hipotesis 2

Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROA). Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan dalam tabel 4.25, diperoleh koefisien regresi untuk variabel CSR sebesar 0.112 dan nilai t hitung sebesar 1,732 dengan signifikansi sebesar 0,085 yang nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05 atau p-value $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan

bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap *ReturnOn Equity*. Dengan demikian H2 ditolak.

3. Hipotesis 3

Hipotesis ketiga penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan dalam tabel 4.25, diperoleh koefisien regresi untuk variabel CSR sebesar 0.184 dan nilai t hitung sebesar 4,419 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05 atau p-value $0,000 < 0.05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H3 diterima.

4. Hipotesis 4

Berdasar data pada Gambar 4.26 dapat dilakukan perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung CSR terhadap nilai perusahaan. Pengaruh langsung CSR ke Nilai Perusahaan adalah 0,184, dan pengaruh tidak langsung CSR ke ROE ke Nilai Perusahaan adalah $0,171 \times (1.400) = 0,239$. Dari perhitungan diatas terdapat nilai beta pengaruh tidak langsung ($\beta_1 \times \beta_5 = 0,239$) lebih besar dari nilai beta pengaruh langsung ($\beta_3 = 0.184$). Hal ini berarti ROE dapat memediasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan demikian hipotesis 4 diterima.

5. Hipotesis 5

Berdasar data pada Gambar 4.27 dapat dilakukan perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh langsung CSR ke Nilai Perusahaan adalah 0,184, dan pengaruh tidak langsung CSR ke ROA ke Nilai Perusahaan adalah $0,112 \times (-1,305) = -1,293$. Dari perhitungan diatas terdapat nilai beta pengaruh tidak langsung ($\beta_1 \times \beta_4 = -1,293$) lebih kecil dari nilai beta pengaruh langsung ($\beta_3 = 0,184$). Hal ini berarti ROA tidak memediasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan demikian hipotesis 5 ditolak.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa :

1. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap ROE.
2. *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap ROA.
3. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
4. Kinerja Keuangan (ROE) dapat memediasi hubungan antara *Corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.
5. Kinerja Keuangan (ROA) tidak dapat memediasi hubungan antara *Corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

KETERBATASAN

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

1. Hasil penelitian ini menunjukan kecilnya pengaruh variabel CSR dalam mempengaruhi variabel kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan ROE dan ROA yakni 2,5% dan 0,08% , sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang

tidak ada dalam model. Masih banyak faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan selain *corporate social responsibility*.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) selain *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian selanjutnya menggunakan variabel lain selain kinerja keuangan sebagai variabel moderating hubungan CSR dan nilai perusahaan, misalnya : leverage, size perusahaan, dan lain-lain.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan seluruh perusahaan dengan sampel yang lebih banyak dan tahun pengamatan yang lebih lama.

REFERENSI

- Almilia, L. S., dan Wijayanto, D., 2007. Pengaruh *Environmental Performance* dan *Environmental Disclosure* terhadap *Economic Performance*, *Proceedings The 1st Accounting Conference*, (pp. 1-23), Depok.
- Deegan, C. 2002. *Financial Accounting Theory*. NSW: McGraw-Hill Australia.
- Edwin dan Nurdiono. 2007. Evaluasi Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan dalam Kelompok Aneka Industri yang Go Publik di BEJ. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 12, No. I, Januari.
- Ghozali, Imam dan Chariri, Anis. 2007. "Teori Akuntansi, Edisi Ketiga. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Nugroho, Yanuar, 10 Nopember 2007, "Dilema Tanggung Jawab Korporasi", *Kumpulan Tulisan*, www.unisosdem.org (dilihat pada tanggal 27 Agustus 2012).
- Ramadhani, Laras Surya. 2012 "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI". Universitas Diponegoro Semarang, 2012.
- Rosmastia, H. 2007. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta". Skripsi tidak dipublikasikan. Universitas Islam Indonesia.
- Said, Roshima., Yuserrie Hj Zainudin dan Hasnah Haron. 2009. "The Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Governance Characteristics in Malaysian Public Listed Companies". *Social Responsibility Journal*. Vol. 5, No.2 hal 212-216.

- Sayekti, Y. dan Wondabio, L. S. 2007 . Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient. *Kumpulan Makalah SNA X*.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo, 15-16 September 2005.
- Suharto, Edi. 2008. "Corporate Social Responsibility : *What is and Benefits for Corporate*".
- Zuhroh, D., dan Sukmawati. 2003. "Analisis pengaruh luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor (studi kasus pada perusahaan-perusahaan high profile di BEJ)". Simposium Nasional Akuntansi VI (SNA VI), 1314-1341.